Analize și opinii

Adrian Onciu: ALIANȚA ”PATRIOȚILOR” GLOBALIȘTI

Acum 25 minute 15 Vizualizari 4 Timp de citire

Imediat ce a ajuns premier, Marcel Ciolacu a promis din partea PSD că va promova un soi de ”patriotism economic”. Măcar atât, dacă suveranitatea din punct de vedere politic s-a dus demult pe apa sâmbetei.

Ei bine, e foarte greu de spus ce face guvernul în mod concret pentru a sprijini firmele cu capital autohton. Prețurile la utilități și materii prime au explodat, așa că IMM-urile abia respiră, în condițiile în care alianța PSD-PNL tocmai a propus o nouă majorare a salariului minim. Adică alte taxe și impozite în spinarea micilor întreprinzători.

Patriotismul economic se vede de la mare distanță în comerțul cu amănuntul, în lanțurile de supermarketuri. Toate cele zece mari rețele comerciale aparțin unor investitori străini (cu Franța și Germania capete de afiș) care nu s-au mulțumit cu câte unul sau două magazine în fiecare oraș și s-au extins la nivel de stradă și cartier. Există un cvasi-monopol ”extern” în comerț, pe care guvernul Ciolacu îl încurajează și îl protejează în detrimentul IMM-urilor românești.

Desigur, mulți se întreabă de ce nu avem companii românești similare cu Metro, Carrefour, Lidl sau Kaufland. În primul rând, acestea din urmă au zeci de ani de experiență în occident, sunt foarte bine capitalizate și beneficiază de lanțuri de distribuție la nivel global. Singura tentativă a unui întreprinzător autohton de a sparge gheața i-a aparținut lui Dinu Patriciu, care din diverse motive a eșuat cu lanțul de magazine de cartier MIC. La polul opus în materie de succes se află frații Pavăl, proprietarii rețelei Dedeman – însă aici vorbim exclusiv despre produse de bricolaj.

România are nevoie ca de aer de un Dedeman profilat pe vânzări alimentare. Dacă frații Pavăl ezită, iar alți mari întreprinzători se tem de un eventual eșec după ”precedentul Patriciu”, poate că guvernul ar trebui să apuce taurul de coarne și să pună pe picioare o astfel de rețea.

Fabrica de Antibiotice Iași, acolo unde statul român a rămas acționar majoritar, este doar unul dintre exemplele de bun management, de real succes în afaceri fără participarea capitalului privat. În domenii

Comerțul cu produse alimentare poate fi încadrat, fără discuție, la capitolul ”domenii strategice”. Din nefericire, un capitol trecut de bunăvoie și integral în mâinile unor interese străine.

Faptul că românii cumpără alimente de import adesea mult mai scumpe decât în occident (iar uneori și inferioare calitativ) se reflectă în mod direct asupra nivelului de trai. Și asupra sănătății. Jurnaliștii de la Hotnews au publicat recent două materiale (din zecile de cazuri existente) despre comportamentul abuziv al celor mai mari rețele comerciale – toate cu capital străin. Proprietarii fabricii de înghețată Cream Land din Teleorman și cei ai fabricii de magiun Topoloveni s-au plâns că produsele lor au fost scoase din supermarketuri abuziv, sub diverse pretexte.

”Reprezentanții Metro au încercat să impună pentru anul 2023 achiziția unui borcan de magiun cu 9,4 lei (urmând să-l vândă cu 30 de lei), deși le-am comunicat că au crescut costurile: cel cu manopera a crescut cu 8%, costul cu energia a crescut cu 250% pentru curentul electric și cu 172% pentru gaze naturale. Iar costul cu ambalajul a crescut cu 64%, după cum costul cu achiziționarea prunelor a crescut cu 24%”, a explicat Bibiana Stanciulov, proprietara fabricii de magiun Topoloveni, pentru Hotnews.

Bătaia de joc la adresa producătorilor români a devenit aproape o practică, fără ca guvernanții să schițeze vreun gest. De altfel, premierul Ciolacu a subliniat în repetate rânduri că este exclus să-i deranjăm pe partenerii noștri occidentali prin intervenții de o minimă demnitate, întrucât ar putea să le provoace indispoziție, dureri de cap și chiar stări de greață.

Autor: **Adrian Onciu**

Despre autor

editor